

Инновацион маркетингни web технологиялари таъсирида ривожланиш

Гулмира Баходировна Ходиева
Тошкент молия институти

Аннотация: Мақолада инновацион маркетинг ва унда Web-технологияларни таъсирини ривожлантириш жараёнлари, инновацион маркетингнинг Web-технологиялари таъсирида ривожланиш босқичлари ёритиб берилган. Инновацион маркетинг стратегияларини амалга оширишда Web-технологиялари инструментларидан фойдаланиш йўллари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: инновацион маркетинг, маркетинг, Web-технология, рақамли иқтисодиёт, электрон тижорат, эволюция, анъанавий маркетинг, интернет маркетинг

Development of innovative marketing under the influence of web technologies

Gulmira Bakhodirovna Khodieva
Tashkent Financial Institute

Abstract: The following paper focuses on describing the evolution of innovative marketing and the influence of Web-technologies on this process, as well as the stages of development of innovative marketing under the influence of Web-technologies. Furthermore, the paper discusses the methods of implementing web technologies and its tools in the development of innovative marketing strategies.

Keywords: innovative marketing, marketing, Web technologies, digital economy, e-commerce, evolution, traditional marketing, internet marketing

Замонавий иқтисодиётда инновацион технологиялар муҳим ўрин тутди ва уларни муваффақиятли амалга ошириш нафақат техник жиҳатларга, балки самарали маркетинг стратегиясига ҳам боғлиқ. Web-иловалар, ижтимоий тармоқлар, электрон тижорат ва бошқалар каби Web-технологиялар алоқа ва ўзаро алоқалар тобора муҳим воситасига айланиб бормоқда. Самарали маркетинг бундай эса технологияларни муваффақиятли амалга ошириш ва тарқатишга ёрдам беради.

Инновацион маркетинг бозорда инновацион маҳсулотлар ва технологияларни илгари суришга қаратилган стратегия ва усулларни қамраб

олади. Web-технологиялар контекстида бу ноёб таклифларни яратиш, имтиёзларни таъкидлаш ва мақсадли аудиторияга қизиқишни яратишни ўз ичига олади. Инновацион маркетинг, шунингдек, тез ўзгарувчан рақамли муҳитга стратегияларни мослаштиришни англатади.

Ҳозирда рақамли иқтисодиёт ва унга асосланган бошқарув усулларининг амалиётда кенг қўлланлиши жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг асосий омилларидан бирига айланди. Халқаро экспертларнинг фикрларича, анъанавий маркетинг методлари бугунги кунда ўзгариб бораётган бозор талабларига етарлича жавоб бера олмаяпти.

Инновацион технологияларнинг ривожланиши билан анъанавий маркетинг ғояси тубдан янги босқичга кўтарилди. Аниқроғи, маркетинг ғоясининг чегаралари инновацион маркетинг коммуникация технологияларининг (жумладан, интернет, ижтимоий медиа ва smart-технологиялар) пайдо бўлиши билан сезиларли даражада кенгайиб, ахборот алмашиш қулайлиги кўламини глобал даражага кўтармоқди. Дарҳақиқат, бу ҳаракатни бир томондан глобал жамиятнинг рақамлашуви, иккинчи томондан интернетнинг ижтимоийлашуви натижаси сифатида қараш мумкин.

Web-маркетинг эволюцияси. Тегишли илмий адабиётлар таҳлилига таянган ҳолда, Web-технологиялар таъсирида маркетинг стратегиялари эволюциясини беш асосий босқичга ажратиш мумкин (1-жадвал).

Дастлабки маркетинг стратегиялари (1950-1994) анъанавий алоқа каналлари (газета, билборд, радио, телевидение ва тўғридан-тўғри почта каби) орқали реклама қилиш билан чегараланган бўлиб, бу компанияларни оммавий ахборот воситалари ва вақтни (газета майдонини сотиб олиш ёки вақтни сотиб олиш) сотиб олишни назарда тутган (Pulizzi, 2016). Телевиденияда ёки радиода реклама қилиш) мақсадли аудитория ўз брендини илгари суришга умид қилган. Аслида, анъанавий маркетинг стратегиялари истеъмолчилар томонидан уларни эътиборини чалғитувчи сифатида қабул қилинган.

Маркетинг интизомидаги рақамли трансформациянинг биринчи тўлқини Web 1.0 технологияларининг пайдо бўлиши билан боғлиқ бўлиб, янги технология компаниялар ва брендларга ўз Web-саҳифаларини яратиш ва миждозларга Web-саҳифалар орқали улар қизиққан маълумотларни тақдим этиш имконини берган ("Brochure-ware" Web-сайтларини яратиш). Кейинги технологик тараққиёт Web-сайтларнинг аҳамиятини оширди ва Web-маркетингни илгари суриш учун асос яратди (хусусан, қидирув тизимини оптималлаштириш (SEO), ҳар бир клик учун тўлов (PPC) ва е-маркетинг стратегияларининг пайдо бўлиши; почта маркетинги). Гарчи технологик эволюция корхоналарга истеъмолчилар билан мулоқот қилиш учун янада самаралироқ каналларни топишга имкон берган бўлса-да, истеъмолчилар ҳали

хам ундан қочишлари ва эҳтиёткорлик билан ишлатишлари кутилаётган эди (масалан, кирувчи электрон почта спамларини филтрлаш функциялари, қалқиб чиқувчи баннерларни блоклаш, телефон қўнғироқларини блоклаш рўйхатлари) (Allen). Web 1.0 технологияларига асосланган анъанавий маркетинг ва замонавий маркетинг стратегиялари (1994-2009) жуда чалғитувчи бўлиб, истеъмолчиларнинг эътиборига эришиш учун кураш олиб боришни тақозо этди, бу эса аудиторияга эришишда маркетингнинг ақлли усулларини ишлаб чиқишга туртки берди (1-жадвал) (Crestodina, 2016).

1-жадвал

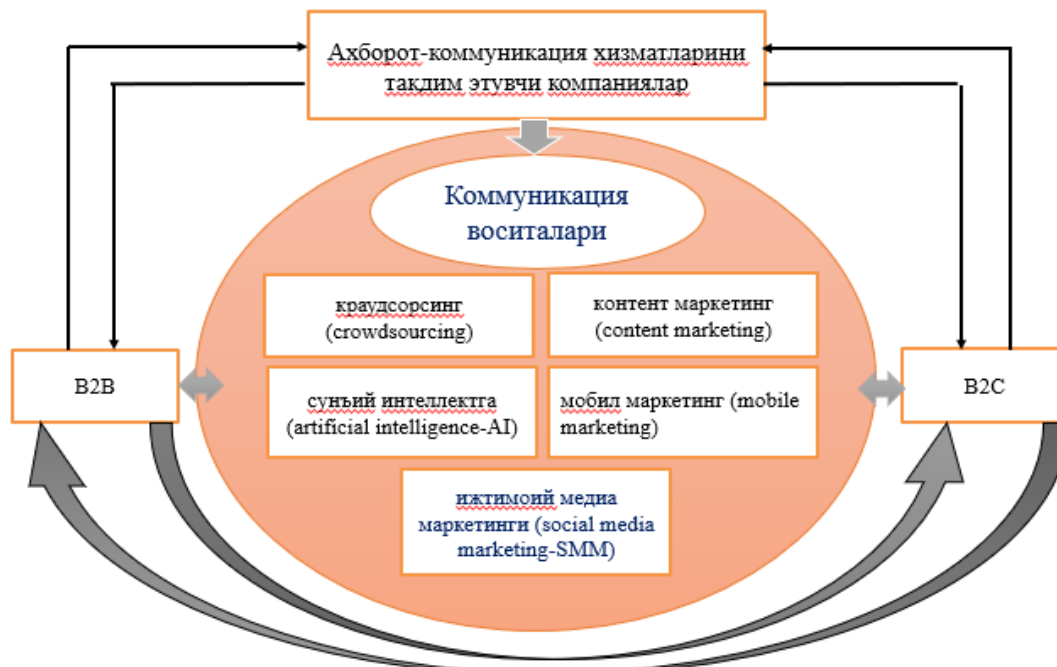
Инновацион маркетингнинг Web - технологиялари таъсирида ривожланиш босқичлари¹

Босқичлар ва йиллар	Маркетинг ёндашуви	Коммуникация воситалари
1950-1994 йй.	Анъанавий маркетинг	Почта, ТВ реклама, радио, газета ва таркатма брошюралар, ташқи реклама
1994-2004 йй.	Анъанавий маркетинг ва интернет	Компанияларнинг брошюра таҳриридаги Web-сайтлар (brochure-ware websites), Web-сайт орқали контент рекламаси
Web-1.0 (2005-2009 йй.)	Интернет маркетинг	Электрон почта (e-mail), кидирув тизими оптимизацияси (search engine optimization – SEO), клик учун тўлов (pay per click - PPC)
Web-2.0 (2010 й.)	Замонавий интернет маркетинг	Контент маркетинг (электрон аудио (podcast) ва видео эшиттиришлар (vodcast), онлайн семинарлар, блоглар), ижтимоий медиа (social media), мобил маркетинг, краудсорсинг
Web-3.0	Ақлли маркетинг	Сунъий интеллектга асосланган маркетинг (artificial intelligence), виртуал ҳақиқат (virtual reality), мосламалар билан боғловчи интернет (internet of things)

Ҳукумат томонидан ахборот-коммуникация хизматлари бозорини такомиллаштиришга эътибор кучаяётган ҳозирги босқичда ахборот-коммуникация хизматларини кўрсатувчи миллий брендларнинг рақобатбардошлигини таъминлашда самарали стратегик маркетинг режаларини ишлаб чиқишнинг ўрни жуда муҳим (Syed & Ishtiaq, 2017). Ҳукумат маъмурий ва қонунчилик ислохотлари орқали қўллаб-қувватланаётган ахборот-коммуникация хизматлари соҳасини такомиллаштириш бўйича этарли ютуқларга эришган бўлса-да, тадбиркорлик субъектларининг стратегик мақсадлари ва ривожланиш йўналишларининг аниқ белгиланмаганлиги каби қатор муаммоларни эътироф этиш мумкин. Бренднинг стратегик ривожланиш мақсадларини аниқ белгилаш бизнеснинг стратегик режалаштириш ҳаракатларини ишлаб чиқиш учун асос бўлганлиги сабабли, компанияларнинг

¹ Муаллиф ишланмаси.

ижтимоий медиа платформаларидаги ижтимоий фаолияти ўрганилди. Миллий бозорни таҳлил қилиш миллий бозорда фаолият кўрсатаётган хўжалик юритувчи субъектларнинг SMM фаолиятининг стратегик мақсадлари ва тактикасини тизимлаштириш имконини берди, улар ҳажми ва соҳаси бўйича сезиларли даражада фарқланади (1-расм).



1-расм. Истеъмолчилар билан коммуникация ўрнатиш тизими²

Юқорида келтирилган маълумотлардан келиб чиқиб, Web-технологиялар учун инновацион маркетинг стратегияларини кўриб чиқамиз:

1. Бренд яратиш: Муваффақиятли Web-технологиялар кўпинча кучли бренд билан боғлиқ. Инновацион маркетинг маҳсулотнинг ўзига хос хусусиятларини ажратиш кўрсатиши ва истеъмолчилар билан ҳиссий алоқа ўрнатиши керак.

2. Мақсадли аудитория: Мақсадли аудиториянинг эҳтиёжлари ва афзалликларини таҳлил қилиш ва тушуниш сизга энг долзарб ва жозибали таклифларни яратишга имкон беради.

3. Тармоқ: Ижтимоий тармоқлар ва жамоалар орқали маълумотларнинг тарқалишини ҳисобга олган ҳолда, фойдаланувчиларни маҳсулот ва бир-бири билан ўзаро муносабатда бўлишга ундаш муҳимдир.

4. Интерфаол таркиб: Видео дарслар, маҳсулот намойишлари ва вебинарлар каби интерактив контент фойдаланувчиларга технологиянинг афзалликларини чуқурроқ тушуниш имконини беради.

5. Мобил қурилмаларга мослашиш: Бугунги жамиятнинг мобилга боғлиқлигини ҳисобга олган ҳолда, Web-технологиялар турли қурилмалар ва платформаларга мослаштирилиши керак.

² Муаллиф ишланмаси

Юқорида келтирилган стратегияларни амалга ошириш учун инновацион маркетинг Web-технологиларининг қуйидаги инструментларидан фойдаланиш мумкин: - Рақамли маркетинг: SEO, контент маркетинги, электрон почта рекламаси ва Web-технологияларнинг кўринишини яратиш учун бошқа воситалардан фойдаланиш; Web-технологияга таъсир қилувчилар билан ҳамкорлик қилиш ишончлиликни оширишга ва аудиторияни жалб қилишга ёрдам беради; - Маълумотлар таҳлили: Фойдаланувчиларнинг хатти-ҳаракатлари ҳақидаги маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш маркетинг стратегияларини оптималлаштириш ва маҳсулотни эҳтиёжларга мослаштиришга ёрдам беради.

Инновацион маркетинг Web-технологияларни муваффақиятли ривожлантириш ва тарқатишда муҳим рол ўйнайди. Рақамли муҳитда жадал ривожланиш суръатларини ҳисобга олган ҳолда, маркетинг стратегиялари ва воситалари мақсадли аудиторияга самарали эришиш, талабга эга ва муваффақиятли маҳсулотларни яратиш учун доимий равишда мослашиши керак.

1. Ўзбекистонда рақамли иқтисодий ривожлантириш борасида амалга оширилаётган мақсадли чора-тадбирлар доирасида ахборот-коммуникация хизматлари соҳасидаги компанияларнинг маркетинг фаолиятларида инновацион технологияларни татбиқ этилиши ва замонавий талаблар асосида амалга оширилишини тақозо этмоқда.

2. Жаҳонда Web-технологияларининг жадал ривожланиши таъсирида шаклланаётган инновацион маркетинг стратегиялари таҳлили ва тизимлаштирилиши асосида ИММ, виртуал ҳақиқат, воситалар билан боғловчи интернет ҳамда сунъий интеллектга асосланган маркетинг технологияларидан самарали фойдаланиш ахборот-коммуникация хизматлари бозорини такомиллаштиришнинг истиқболдаги муҳим йўналишлари сифатида белгилаб беради.

3. Ахборот ва коммуникация хизматлари соҳасида инновацион маркетинг стратегияларидан фойдаланишнинг контент маркетинг, ИММ, краудсорсинг, мобил маркетинг усуллари татбиқ этилиши орқали маҳаллий компанияларнинг маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш ва истиқболда истеъмолчилар билан самарали коммуникация тизимини шакллантиришни тақозо этади.

4. Ўзбекистон аҳолиси орасида электрон хабарномаларга обуначилик мобил мессенжерлар (хусусан, телеграмм) орқали канал, гуруҳ ва ботлар яратиш асосида ташкил этилиши натижасида истеъмолчилар билан компания ўртасида муқобил муносабатлар самарали ўрнатилиши ҳамда истеъмолчиларнинг компания хизматларидан қониқиш даражасини ошириш.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Allen, M. (n.d.). *Gaining a Past, Losing a Future: Web 2.0 and Internet Historicity*. Australia: Media International.
2. Crestodina, A. (2016). *Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing (Vol. 4th ed.)*. USA: Orbit Media Studios.
3. Muminova (Khodieva), G. B. (2019). *Using innovative marketing strategies in the development of the market of information and communication services*. Gunadarman, Indonesia: Universitas Gunadarma.
4. Pulizzi, J. (2016). *Content Inc. - How entrepreneurs use content to build massive audiences and create radically successful businesses*. United States of America: McGraw-Hill Education.
5. Syed, Z. Z., & Ishtiaq, H. Q. (2017). *Social media marketing and brand equity: A literature review (Vol. XVI(1))*. The IUP Journal of Marketing Management.
6. Jumaniyozov, I. T. (2021). *The Progressive Foreign Experiments in the Activity of Sovereign Wealth Funds*. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 109-116.
7. Jumaniyozov, I. (2018). *Impact of Development Finance Institutions on Economic Growth: Implications for Reconstruction and Development Fund of Uzbekistan*. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(2), 84-88.
8. Jumaniyozov, I. (2020). *ISSUES OF ENSURING THE TRANSPARENCY OF SOVEREIGN WEALTH FUNDS*. *International Finance and Accounting*, 2020(5), 1.
9. Jumaniyozov, I. (2020). *FOREIGN EXPERIENCE IN THE ACTIVITIES OF SOVEREIGN FUNDS*. *International Finance and Accounting*, 2020(2), 1.
10. Jumaniyozov, I. T. (2021). *Transparency Is A Key Indicator Of The Activity Of Sovereign Wealth Funds*. *The American Journal of Management and Economics Innovations*, 3(05), 30-37.